

## بررسی تأثیر مدیریت دانش، نوآوری مدیریت و قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌های صادراتی

حسین نوروزی<sup>۱\*</sup>، یعقوب رشنوادی<sup>۲</sup>، رسول نصرت‌پناه<sup>۳</sup>، شاهرخ بیگی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۰۶

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر مدیریت دانش، نوآوری مدیریت و قابلیت‌های پویا با تبیین نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت‌ها می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و ماهیتی توصیفی-پیمایشی دارد. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های صادراتی استان تهران است. حجم نمونه با نرم‌افزار جی-پاور نسخه ۳،۱، تعداد ۲۴۴ نفر تعیین شد. ابزار اندازه‌گیری پژوهش پرسشنامه استاندارد با طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت و شامل ۲۵ گویه بود. ۱۹۸ پرسشنامه با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به صورت آنلاین گردآوری شد (نرخ بازگشت ۸۱٪). تجزیه و تحلیل‌ها داده‌ها در بخش آمار توصیفی و آمار استنباطی به ترتیب با نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و Smart PLS نسخه ۳ صورت پذیرفت. روایی و پایایی پرسشنامه تأیید شد. همچنین تمامی فرضیه‌های پژوهش به استثنای نقش میانجی‌گری مزیت رقابتی پایدار در رابطه بین نوآوری مدیریت و عملکرد شرکت در سطح اطمینان ۹۹٪ تأیید شدند. این مطالعه برای اولین بار تأثیر نوآوری مدیریت در خلق مزیت رقابتی پایدار را بررسی نمود. لذا مطالعه حاضر به عنوان گامی هر چند کوچک با پوشش شکاف تحقیقاتی به توسعه ادبیات مدیریت کمک می‌نماید. ایجاد و به کارگیری همزمان مدیریت دانش، نوآوری مدیریت و قابلیت‌های پویا با خلق مزیت رقابتی پایدار، زمینه لازم برای بهبود عملکرد شرکت‌های صادراتی را فراهم می‌آورد و می‌تواند به مدیران و سیاستگذاران در درک نحوه بهبود عملکرد شرکت‌ها در محیط‌های پویا کمک نماید.

**واژه‌های کلیدی:** مدیریت دانش، نوآوری مدیریت، قابلیت‌های پویا، مزیت رقابتی پایدار، عملکرد شرکت

**طبقه بندی JEL:** M16، L15، F42، M31، F53

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسئول: norouzi@khu.ac.ir)

۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

۴. دانشجوی دکتری، مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران.

## مقدمه

امروزه، تغییرات تحول‌آفرین حاکم بر فضای کسب و کار، شرکت‌های فعال در سطح جهانی را به منظور حفظ عملکرد برتر در بلندمدت با چالش‌هایی روبرو نموده است. مدیران کسب و کارها معتقدند با گذر به عصر مدرنیته در قرن ۲۱، جهانی‌سازی و ضعف بینش استراتژیک در مدیریت عدم اطمینان ناشی از پویایی محیط، دستیابی مداوم به عملکرد هدفمند را دشوار ساخته است (رشنوادی و همکاران، ۱۴۰۰). هدف اصلی یک سازمان تجاری سودآوری و ارزیابی عملکرد آن حیاتی است (آروکوداره و همکاران، ۲۰۱۹). لذا کانون توجه مدیریت استراتژیک پیرامون همین موضوع تحقیقاتی سازمان یافته و مأموریت اصلی این تحقیقات بر نحوه بهبود عملکرد شرکت‌ها<sup>۱</sup> در محیط‌های پویا متمرکز شده است. در محیطی که شرکت‌ها در معرض رقابت پویا هستند، دستیابی شرکت‌ها به یک مزیت رقابتی پایدار<sup>۲</sup> برای بقا و موفقیت بلندمدت حیاتی است (کیت و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). مزیت رقابتی پایدار، بنیادی‌ترین مفهوم استراتژی و شیشه عمر همه شرکت‌ها است (مک‌گرایث<sup>۴</sup>، ۱۳۹۴) و شرکت‌هایی که از مزیت رقابتی پایدار برخوردارند، عملکرد خود را افزایش می‌دهند. لذا تحقق و حفظ مزیت رقابتی، به هدف نهایی مدیریت استراتژیک شرکت‌ها (نا و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹) و "جام مقدس" پژوهش‌های مدیریت استراتژیک تبدیل شده است (فریرا و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۹). در همین راستا، اخیراً تحقیقات این حوزه به دنبال پاسخ به این سوال بوده است که آیا منابع، قابلیت‌ها و ویژگی‌های عملیاتی شرکت با یک مزیت رقابتی که عملکرد پایدار ایجاد می‌کند، ارتباط دارند؟ (نا و همکاران، ۲۰۱۹). بر اساس دیدگاه مبتنی بر منابع<sup>۷</sup>، شرکت‌ها به منظور حفظ مزیت رقابتی خود باید از منابع و قابلیت‌هایشان استفاده نمایند (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). اخیراً، مدیریت دانش<sup>۸</sup> به عنوان یک منبع استراتژیک به مثابه کلیدی جهت دستیابی به یک مزیت رقابتی پایدار و یکی از مهمترین عوامل بهبود عملکرد سازمانی مورد توجه بوده است (یو و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۹). با این حال، بنگاه‌های اقتصادی در شرایط پویا و رقابتی برای حفظ پایگاه دانش به روز خود با چالش‌هایی روبرو هستند. اقتصاد امروز که به طور فزاینده‌ای جهانی شده، کاوش در مدیریت دانش و تأثیر آن بر عملکرد شرکت در جوامع فرهنگی مختلف را مهم کرده است. با این وجود، در ادبیات فعلی کمبود تأثیر عملکرد مدیریت دانش در زمینه‌های بین‌المللی وجود دارد (یو و همکاران، ۲۰۱۹). افزون بر این، سازمان‌ها همواره به دنبال منابع جایگزینی هستند که تقلید از آنها دشوار باشد. این منابع می‌تواند منابع مدیریتی باشد که فقط در ذهن کسانی که سازمان‌ها را اداره می‌کنند وجود دارد. ضرب‌المثل معروفی عنوان می‌کند "ماهی از سرش پوسیده می‌شود" که بازتاب دهنده اهمیت تیم مدیریتی است و نشان می‌دهد که موفقیت یا شکست یک سازمان به مدیرانی بستگی دارد که مسئولیت آن را بر عهده دارند (هونینوگا و همکاران<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۹). تقلید نوآوری مدیریت<sup>۱۱</sup> توسط رقبا دشوار است و به احتمال زیاد توانایی شرکت‌ها در حفظ مزیت رقابتی را افزایش می‌دهد (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). با این حال شواهد تجربی اندکی

1. Firm performance

2. Sustainable competitive advantage (SCA)

3. Keat et al

4. McGrath

5. Na et al

6. Ferreira et al

7. Resource-based view

8. Knowledge management

9. Yu et al

10. Honyenuga et al

11. Management innovation

در ادبیات در مورد رابطه بین نوآوری مدیریت و عملکرد سازمانی وجود دارد و به نظر می‌رسد در ادبیات نوآوری مدیریت و چگونگی کمک آن به سازمان برای عملکرد بالا شکاف وجود دارد (هونینوگا و همکاران، ۲۰۱۹). مطالعات موجود نیز عمدتاً بر روی عوامل سنتی افزایش عملکرد سازمان متمرکز بوده است (ژانگ و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹). از طرفی دیگر، تحولات ناشی از دیجیتالی شدن دنیای تجارت با شتابی بالا در حال از بین بردن موانع سنتی رقابت است (ایبرا و همکاران، ۲۰۱۸). در این چارچوب، دیگر انحصار منابعی وجود ندارند (هونینوگا و همکاران، ۲۰۱۹) و ارزش تولید شده توسط منابع و توانمندی‌ها با گذر زمان منسوخ می‌شود (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). دیدگاه‌های تکاملی اخیر نیز نشان می‌دهد که امروزه صرف در نظر گرفتن منابع برتر برای داشتن عملکرد سطح بالا کافی نیست و شرکت‌ها برای استفاده بهتر از منابع خود به قابلیت‌های پویا<sup>۲</sup> نیاز دارند تا پتانسیل بالقوه‌ای را برای افزایش نتایج عملکرد سازمانی در اختیار آنها قرار دهد (هرناندز-لینارز<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). قابلیت‌های پویا به شرکت‌ها امکان تبدیل مزیت رقابتی کوتاه‌مدت را به مزیت رقابتی پایدار می‌دهد. با اینکه در رویکرد مبتنی بر منابع از خلق و حفظ مزیت رقابتی پایدار سخن به میان آمده، اما مسائل و شکاف‌های دانش بسیاری در این رویکرد برجسته شده که نیاز به تحقیقات بیشتر دارد. جدا از این، نیاز به درک بهتری از تعاملات بین منابع و قابلیت‌ها و مزیت رقابتی پایدار وجود دارد (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین پژوهش حاضر با هدف پر کردن خلأ مطالعات پیشین به دنبال پاسخ به این سوال است که مدیریت دانش، نوآوری مدیریت و قابلیت‌های پویا با تبیین نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار چه تأثیری بر عملکرد شرکت‌های صادراتی دارد؟

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

عبدلی مسینان و همکاران (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای تحت عنوان "تأثیر نوآوری باز بر مزیت رقابتی با نقش میانجی‌گری مدیریت دانش" نشان دادند نوآوری باز و مدیریت دانش در خلق مزیت رقابتی اثرگذار هستند. ربیعی مندجین و رمضان میمی (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان "بررسی تأثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با تأکید بر نقش واسطه‌ای نوآوری فناوری در سازمان زیباسازی شهر تهران" به این نتیجه رسیدند که مدیریت دانش و نوآوری فناوری بر مزیت رقابتی تأثیر مثبت و معناداری دارد. گروسی مختارزاده و زمانی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر بازاریابی و نوآوری مدیریت بر عملکرد بنگاه با تأکید بر نقش میانجی نوآوری فناورانه پرداختند. نتایج مطالعات آنها نشان داد هر سه متغیر نوآوری‌های فناورانه، نوآوری مدیریت و بازاریابی منجر به خلق عملکرد برتر می‌شوند. اسماعیل‌زاده و خاشعی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان "تأثیر منابع سازمانی و قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان" به طور خاص به این نتیجه رسیدند که قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر دارد. جدول (۱) نیز خلاصه‌ای از مهم‌ترین تحقیقات انجام شده در خارج از کشور را نشان می‌دهد:

<sup>1</sup>. Zhang et al

<sup>2</sup>. Dynamic capabilities

<sup>3</sup>. Hernández-Linares et al

جدول ۱. خلاصه مهم‌ترین تحقیقات خارجی

نویسنده، عنوان و سال تحقیق	هدف پژوهش	نتیجه‌گیری
قابلیت‌های پویا، قابلیت‌های نوآوری و برندینگ و اثر آنها بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط در پرتغال: اثرات تعدیل جهت‌گیری کارآفرینی (فریرا و کولهو، ۲۰۲۰)	درک تأثیر قابلیت‌های پویا از نظر اکتشاف و بهره‌برداری در رقابت و عملکرد با توجه به نقش میانجی‌گری قابلیت نوآوری و قابلیت‌های برندسازی بر مزیت رقابتی و عملکرد شرکت و نقش تعدیل جهت‌گیری کارآفرینی	به طور خاص، نتایج نشان داد قابلیت‌های پویا در به دست آوردن مزیت رقابتی و نیز بهبود عملکرد شرکت‌ها اثرگذار است. همچنین تأثیر مزیت رقابتی در برتری عملکرد شرکت تأیید شد.
قابلیت‌های پویا و مزیت‌های رقابتی به عنوان متغیرهای میانجی بین بازارگرایی و عملکرد کسب و کار (کوری‌ا و همکاران <sup>۱</sup> ، ۲۰۲۰)	کشف پیوند علی و معلولی جدیدی بین بازارگرایی و عملکرد کسب و کار با معرفی نقش میانجی قابلیت‌های پویا در رابطه بین بازارگرایی و مزیت‌های رقابتی که در نهایت عملکرد کسب و کار را تعیین می‌کند	به طور خاص، نتایج نشان داد قابلیت‌های پویا و مزیت‌های رقابتی بر عملکرد کسب و کارها تأثیر بسزایی دارند.
مدیریت دانش، نوآوری و عملکرد شرکت: صنعت چاپ مقاوم در اندونزی (سیرگار و همکاران، ۲۰۲۰)	کشف شواهد تجربی در مورد تأثیر مدیریت دانش و نوآوری بر عملکرد صنعت چاپ مقاوم بر پارچه در اندونزی	مدیریت دانش و نوآوری برای بهبود عملکرد شرکت‌های اندونزیایی این صنعت مفید است.
نقش فناوری بلاکچین به عنوان میانجی در رابطه بین مدیریت دانش و مزیت رقابتی پایدار (پرادپیتو و همکاران <sup>۲</sup> ، ۲۰۱۹)	درک نقش مدیریت دانش در دستیابی به مزیت رقابتی پایدار از طریق فناوری بلاک‌چین	مدیریت دانش به طور مستقیم و غیر مستقیم با میانجی‌گری فناوری بلاک‌چین بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر مثبت می‌گذارد.
تأثیر نوآوری مدیریت و نوآوری فناوری بر عملکرد سازمان. نقش میانجی پایداری (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹)	بررسی تأثیر نوآوری مدیریت و نوآوری فناوری را بر عملکرد سازمان با نقش میانجی پایداری	نوآوری در مدیریت و نوآوری فناوری به طور قابل توجهی به پایداری و عملکرد سازمان کمک می‌کند. همچنین نقش میانجی پایداری تأیید گشت.

مدیریت دانش

مدیریت دانش به عنوان یک رشته جدید آکادمیک در اواسط دهه ۱۹۹۰ پدیدار شد (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). مطالعات اخیر در حوزه مدیریت دانش این قرن را به عنوان عصر دانش و دانش را به عنوان یک دارایی مهم سازمانی شناخته‌اند (اقبال و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). دانش یک انتزاع است و یا مربوط به یک رویکرد نظری یا درک عملی از یک موضوع است و به جنبه مهمی از زندگی اقتصادی تبدیل شده است (کیت و همکاران، ۲۰۱۸) و هنگامی که در سرمایه انسانی گنجانده می‌شود، یک منبع ارزشمند برای سازمان‌ها به حساب می‌آید و به شرکت‌ها امکان می‌دهد صلاحیت‌های متمایز خود را بهبود بخشند (سانچز و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵). با این حال، صرف وجود دانش در یک شرکت نمی‌تواند موفقیت سازمانی و مزیت رقابتی پایدار را تضمین کند، مگر اینکه از طریق یک سیستم مناسب به طور موثر مدیریت شود. مدیریت دانش به ابزاری مدیریتی دارای مجموعه‌ای از اصول است که ویتترینی از شیوه‌ها و فنون در خود دارد و از طریق آنها دانش به اشتراک گذاشته شده و استفاده

<sup>1</sup>. Correia et al

<sup>2</sup>. Pradipto et al

<sup>3</sup>. Iqbal et al

<sup>4</sup>. Sánchez et al

می‌شود. این مفهوم به رویکردی جهت رسمیت بخشیدن به دانش، تخصص و تجربه اشاره دارد که شایستگی‌های جدیدی را ایجاد می‌کند (اقبال و همکاران، ۲۰۱۹). به عبارتی، مدیریت دانش به معنای شناخت و استفاده از دانش جمعی یک شرکت به منظور افزایش توانایی رقابت‌پذیری شرکت است. سازمان‌هایی که قادرند دانش جاسازی شده در شرکت‌هایشان را به طور موثر جذب کرده و در کسب و کار خود مستقر کنند، می‌توانند برتری رقابتی پایدارتری نسبت به رقبای داشته باشند (کیت و همکاران، ۲۰۱۸).

### نوآوری مدیریت

نوآوری به عنوان مفهومی ضروری در طول ادوار گذشته ادبیات بزرگی را به خود اختصاص داده است که به طور عمده از آثار شومپیتر الهام گرفته است (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). نوآوری به عنوان یک مفهوم چند رشته‌ای همواره مورد توجه بسیاری از پژوهشگران حوزه مدیریت است و به طور کلی می‌توان آن را به عنوان ایجاد و پذیرش ایده‌های جدید تعریف کرد (هونینوگا و همکاران، ۲۰۱۹). مفهوم اولیه نوآوری مدیریت به عنوان نوآوری سازمانی در ادبیات اقتصاد برای ایجاد تمایز با نوآوری فناوری به وجود آمد. استاتا<sup>۱</sup> اولین نظریه‌پردازی است که در سال ۱۹۸۹ نوآوری مدیریت را متمایز از نوآوری‌های فناوری در نظر گرفت. نوآوری مدیریت به عنوان خلق و اجرای یک عملکرد، فرآیند، ساختار یا روش مدیریتی برای پیشرفت و هنر پیشبرد اهداف سازمانی است. لذا، به نظر می‌رسد رویکرد نوآوری مدیریت، با به چالش کشیدن مدیران سازمان‌ها در راستای افزایش عملکرد سازمانی، آنها را تشویق می‌نماید تا خارج از چارچوب‌های رایج تفکر نمایند (هونینوگا و همکاران، ۲۰۱۹). نوآوری مدیریت همچنین به تغییر در نحوه تعیین مدیران، تصمیم‌گیری، هماهنگی فعالیت‌ها و ایجاد انگیزه در افراد مربوط می‌شود. این تغییرات بخشی از نوآوری مدیریت سازمانی است که به استقرار شیوه‌ها، فرآیندها یا ساختارهای جدید مدیریتی کمک می‌کند (هونینوگا و همکاران، ۲۰۱۹).

### قابلیت‌های پویا

امروزه، در نتیجه پویایی حاکم بر فضای کسب و کار، ارزش ایجاد شده توسط منابع و قابلیت‌ها به مرور منسوخ می‌شود و دائمی نیست. این مسئله منجر به پیدایش مفهوم قابلیت‌های پویا به عنوان عنصری مهم برای رشد، بقا و رقابت شرکت‌ها شده است. اصطلاح "قابلیت‌های پویا" توسط تیس و همکارانش در سال ۱۹۹۰ وارد ادبیات مدیریت شد و بر اساس یافته‌های دیدگاه مبتنی بر منابع، اقتصاد تکاملی و نظریه رفتار عملیاتی شد (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). "قابلیت‌های پویا" به ظرفیت خاص شرکت‌ها برای شکل دادن، تغییر شکل، پیکربندی و بازآرایی دارایی‌ها به منظور پاسخ به تغییر فناوری‌ها و بازارها است. این مفهوم به عنوان توانایی شرکت‌ها در ادغام، ساخت و پیکربندی صلاحیت‌های داخلی و خارجی برای پرداختن به محیط‌های به سرعت در حال تغییر تعریف شده که برای توسعه توانایی‌های عملیاتی در جهت عملکرد عملیاتی یک سازمان بسیار حیاتی است (بست و همکاران، ۲۰۲۱). کلمه "قابلیت" ظرفیت شرکت‌ها برای اجرای یک فعالیت خاص به روشی قابل اعتماد را نشان می‌دهد و کلمه "پویا" ظرفیت جایگزینی شایستگی‌های قدیمی را برای حفظ رقابت به هنگام

<sup>۱</sup>. Stata

<sup>۲</sup>. Best et al

تغییر فضای کسب و کار را نشان می‌دهد. (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). امروزه با توجه به پویایی محیط کسب و کار صرف در نظر گرفتن منابع جهت عملکرد عالی یک شرکت کافی نیست و شرکت‌ها برای استفاده بهتر از منابع خود به قابلیت‌های پویا نیاز دارند (هرناندز-لینارز و همکاران، ۲۰۱۸).

### مزیت رقابتی پایدار

پس از موفقیت ژاپنی‌ها در نفوذ به بازارهای جهانی در اواخر دهه ۱۹۷۰، مک کینزی و کمپانی مفهوم مزیت رقابتی را بیان کردند. آنها مزیت رقابتی به عنوان مزیتی تعریف نمودند که یک شرکت خاص نسبت به رقبا یا گروهی از رقبا در یک بازار، گروه استراتژیک یا صنعت معین دارد (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). به طور خاص، مزیت رقابتی پایدار به عنوان فرآیند بررسی منابع یک سازمان به منظور شناسایی و به حداکثر رساندن فرصت‌های مطلوب بازار در بلندمدت است (علی و انور<sup>۱</sup>، ۲۰۲۱). مزیت رقابتی پایدار به عنوان مزیتی بلندمدت است و از طریق اتخاذ یک استراتژی ارزش‌آفرینانه منحصر به فرد توصیف می‌شود که به طور همزمان توسط هیچ یک از رقبای فعلی یا آینده اعمال نمی‌شود. بر این اساس، مزیت رقابتی پایدار را می‌توان نتیجه ساز و کار توسعه سیاست‌ها و استراتژی‌های یک شرکت با هدف ارائه ارزش افزوده برتر بلندمدت به مصرف‌کنندگان در مقایسه با رقبا دانست (کریشنان<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱) که امروزه برای همه شرکت‌ها ضرورتی استراتژیک به نظر می‌رسد (علی و انور، ۲۰۲۱). لذا، هدف نهایی مدیریت استراتژیک تحقق مزیت رقابتی است (نا و همکاران، ۲۰۱۹) و تمامی چارچوب‌ها و ابزارهای تدوین و اجرای استراتژی با هدف دستیابی به مزیت رقابتی پایدار است (مک‌گرایث، ۱۳۹۴).

### عملکرد شرکت

در حوزه مدیریت، عملکرد شرکت یکی از بیشترین متغیرهای بررسی شده جهت سنجش موفقیت سازمان بوده است (رحیم‌نیا و همکاران، ۱۳۹۷). عملکرد یک شرکت نشان دهنده پیشرفت و توسعه آن سازمان است. محققین عملکرد شرکت را "مقایسه نتایج مورد انتظار با نتایج واقعی، بررسی انحراف از برنامه‌ها، ارزیابی عملکرد فردی و بررسی پیشرفت‌های انجام شده در جهت دستیابی به اهداف مورد نظر" تعریف نموده‌اند و معتقدند هنگام اندازه‌گیری عملکرد یک سازمان، اهداف آن باید در نظر گرفته شود (اقبال و همکاران، ۲۰۱۹). عملکرد یک شرکت به هنگام انجام کار درست در زمان مناسب می‌تواند در مواردی خلاصه شود که کلیه حقوق مادی و معنوی این عملکرد به معنای نتایج عملیات شرکت است که مطابق با اهداف سازمان باشد (اینترپانیچ و لیمپسوراپونگ<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). تلاش‌های زیادی برای اندازه‌گیری عملکرد شرکت‌ها از طریق ارزیابی‌های نظری ذهنی اعضای یک سازمان صورت گرفته است. سودآوری مهمترین و اصلی‌ترین معیار ارزیابی عملکرد نهایی یک شرکت است (کیم و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰) و ادبیات این حوزه نشان می‌دهد عملکرد

<sup>1</sup>. Ali & Anwar

<sup>2</sup>. Krishnan

<sup>3</sup>. Intarapanich & Limpsurapong

<sup>4</sup>. Kim et al

مقایسه‌ای ادراک شده (به عنوان مثال، سودآوری، رشد، سهم بازار و غیره) نشانگر خوبی برتری یک کسب و کار است (اقبال و همکاران، ۲۰۱۹).

### توسعه فرضیه‌ها و چارچوب نظری پژوهش

#### مدیریت دانش و مزیت رقابتی پایدار

امروزه دانش به منبع مهمی برای ایجاد و حفظ مزیت رقابتی تبدیل شده است (یو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۹؛ فلچر- براون و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). دانش به عنوان یک منبع راهبردی به شرط مدیریت صحیح، می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد کند (سانچز و همکاران، ۲۰۱۵؛ کیت و همکاران، ۲۰۱۸). مدیریت دانش با فرآیندهایی سروکار دارد که برای شرکت‌ها امکان دستیابی به مزیت رقابتی را فراهم می‌آورد (هزنیاتی و همکاران، ۲۰۱۹). ربیعی مندجین و رضانی میمی (۱۳۹۶) نیز معتقدند مدیریت دانش در دستیابی به مزیت رقابتی بسیار اثرگذار است. به طور مشابه، مطالعات این حوزه حاکی از آن است که مدیریت دانش در دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی پایدار از نقش بسزایی برخوردار است (حاجی محمد و وفایی، ۲۰۱۹؛ پردیپتو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹، عبدلی مسینان و همکاران، ۱۳۹۹). لذا فرضیه اول پژوهش حاضر مطرح می‌گردد:

**فرضیه ۱:** مدیریت دانش بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر دارد.

#### مدیریت دانش و عملکرد شرکت

بسیاری معتقدند عملکرد شرکت‌ها به توانایی آنها در پردازش و پیاده‌سازی دانش بستگی دارد. رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد شرکت‌ها قابل توجه است و شرکت‌هایی که توانایی مدیریت دانش بالایی دارند، عملکرد بهتری دارند. چرا که مدیریت دانش به تصمیماتی با کیفیت بالا منجر شده و عملکرد بهتر شرکت را به همراه دارد (یو و همکاران، ۲۰۱۹). به عبارتی، شرکت‌هایی که به طور مداوم در تجارت خود از آن بهره می‌برند، موفقیت بالاتر و عملکرد بهتری دارند (احمد و الشبیل<sup>۴</sup>، ۲۰۱۹). لذا ضروری است شرکت‌ها برای دستیابی به عملکرد بهتر از مدیریت دانش استفاده کنند (یو و همکاران، ۲۰۱۹). به طور کلی، مطالعات از رابطه مثبت بین مدیریت دانش و عملکرد شرکت پشتیبانی می‌کنند و مبانی نظری و تجربی روشنی وجود دارد که نشان می‌دهد مدیریت دانش در به دست آوردن عملکرد برتر شرکت تأثیرگذار است (کوهانگ و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷؛ رجبی فرجاد و مطیعیان نجار، ۱۳۹۷؛ هزنیاتی و همکاران، ۲۰۱۹؛ سیرگار و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰). لذا فرضیه دوم پژوهش مطرح می‌گردد:

**فرضیه ۲:** مدیریت دانش بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

#### نوآوری مدیریت و مزیت رقابتی پایدار

نوآوری مدیریت منبعی ضروری برای کسب مزیت رقابتی پایدار است و با سرعت بخشیدن به تغییرات، توان رقابتی شرکت را بهبود می‌بخشد (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). نوآوری مدیریت با ایجاد نوآوری در اصول و

<sup>1</sup>. Yu et al

<sup>2</sup>. Fletcher-Brown

<sup>3</sup>. Pradipto

<sup>4</sup>. Ahmad & Al-Shbiel

<sup>5</sup>. Koohang et al

<sup>6</sup>. Siregar et al

فرآیندهای مدیریت، توانمندی شرکت‌ها در دستیابی به مزیت رقابتی را افزایش می‌دهد (هونینوگا و همکاران، ۲۰۱۹). محققین معتقدند برای حفظ مزیت رقابتی پایدار، شرکت‌ها باید به نوآوری مدیریت روی بیاورند (یانگ و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰). این یک وظیفه کلیدی مدیریتی است که با استفاده از شیوه‌های مدیریتی جدید، فرآیندها، ساختارها و تکنیک‌ها با همگام‌سازی آنها، به مزیت رقابتی پایدار ختم می‌گردد (هیج و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰). کیت و همکاران (۲۰۱۸) با اشاره به طبیعت پویای محیط کسب و کار عنوان می‌کنند که نوآوری مدیریت در دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی پایدار تأثیر بسزایی دارد. لذا فرضیه سوم پژوهش حاضر مطرح می‌گردد:

**فرضیه ۳:** نوآوری مدیریت بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر دارد.

### نوآوری مدیریت و عملکرد شرکت

هدف نوآوری مدیریت افزایش عملکرد شرکت است. نوآوری مدیریت به عنوان ابزاری کلیدی برای رشد سازمان‌ها است و نقش بسزایی در بهبود بهره‌وری و عملکرد شرکت دارد که به نوبه خود سودآوری شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد. نوآوری مدیریت با استفاده از روش‌های جدید با تلفیق فعالیت‌ها، به سازمان‌ها جهت دستیابی به عملکرد بالا کمک می‌کند. محققین معتقدند نوآوری مدیریت مهمترین عامل عملکرد سازمان است و به طور قابل توجهی به عملکرد مثبت مالی شرکت کمک می‌کند (ژانگ و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۹). به طور مشابه، گروسی مختارزاده و زمانی (۱۳۹۴) معتقدند نوآوری مدیریت بر عملکرد بنگاه‌ها تأثیر دارد. به طور عمده، تحقیقات نشان می‌دهد که نوآوری مدیریت اثر مثبتی بر عملکرد شرکت‌ها دارد (والکر و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹). لذا فرضیه چهارم پژوهش حاضر مطرح می‌گردد:

**فرضیه ۴:** نوآوری مدیریت بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

### قابلیت‌های پویا و مزیت رقابتی پایدار

قابلیت‌های پویا با تأثیر قابل توجه بر مزیت رقابتی، راهکار مهمی برای رقابت در دنیای امروز می‌باشد و شرکت‌های دارای قابلیت‌های پویا قادر به خلق و حفظ یک مزیت رقابتی خواهند بود (برنزیک و لاونیک<sup>۵</sup>، ۲۰۱۶). قابلیت‌های پویا با بهبود ایده‌های جدید به بهبود عملکرد ابتکاری شرکت‌ها کمک نموده و از این طریق یک مزیت رقابتی پایدار برای شرکت‌ها ایجاد می‌کند (فریرا و کوئهو<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰). کوریا و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۲۰) معتقدند قابلیت‌های پویا در دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی نقش بسزایی ایفا می‌کند. اسماعیل زاده و خاشعی (۱۳۹۴) نیز معتقدند قابلیت‌های پویا با میسر نمودن شرایط لازم در مواجهه با تغییرات محیطی، در دستیابی شرکت‌ها به مزیت رقابتی نقشی اساسی دارد. به طور کلی، ادبیات این حوزه حاکی از اثرگذاری قابلیت‌های پویا بر پایداری مزیت رقابتی شرکت‌ها است (اکبری و اسماعیل‌زاده، ۱۳۹۲؛ رونو و همکاران<sup>۸</sup>، ۲۰۲۰؛ کونتجرو و گوناوان<sup>۹</sup>، ۲۰۲۰). لذا فرضیه پنجم پژوهش مطرح می‌گردد:

<sup>1</sup>. Yang et al

<sup>2</sup>. Heij et al

<sup>3</sup>. Zhang et al

<sup>4</sup>. Walker et al

<sup>5</sup>. Breznik & Lahovnik

<sup>6</sup>. Ferreira & Coelho

<sup>7</sup>. Correia et al

<sup>8</sup>. Rono et al

<sup>9</sup>. Koentjoro & Gunawan



**فرضیه ۵:** قابلیت‌های پویا بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر دارد.

### **قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت**

تحقیقات نظری به وجود یک رابطه مستقیم بین قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت اشاره دارد (هرناندز-لینارز و همکاران، ۲۰۱۸). قابلیت‌های پویا یکی از مهمترین عوامل اثرگذار در عملکرد شرکت‌ها است (ژائو و همکاران، ۲۰۱۹) و به شرکت‌ها کمک می‌کند تا همگام با تغییرات محیط کسب و کار تغییر کرده و نسبت به رقبا به سازگاری و انطباق بیشتری با محیط برسند و عملکرد خود را بهبود دهند (سید کلالی و همکاران، ۱۳۹۵). اسماعیل زاده و خاشعی (۱۳۹۴)، فریرا و کوئلهو (۲۰۲۰) و کوریا و همکاران (۲۰۲۰) نیز معتقدند قابلیت‌های پویا بر عملکرد کسب و کارها تأثیر دارد. لذا فرضیه ششم پژوهش حاضر مطرح می‌گردد:

**فرضیه ۶:** قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

### **مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت**

محققین معتقدند شرکت‌هایی که از مزیت رقابتی پایدار برخوردارند، عملکرد خود را افزایش می‌دهند و با استمرار بیشتر مزیت رقابتی، عملکرد شرکت‌ها نسبت به قبل بهتر و بهتر می‌شود (نا و همکاران، ۲۰۱۹). مزیت‌های رقابتی نقشی مهم در عملکرد کسب و کارها دارد و دستیابی به مزیت رقابتی با سطح مشخصی از عملکرد سازمانی شرط اصلی موفقیت بلندمدت سازمان‌ها است (کوریا و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعات نیز نشان می‌دهد رابطه معناداری بین مزیت رقابتی و عملکرد سازمان وجود دارد (فریرا و همکاران، ۲۰۱۹؛ کیم و همکاران، ۲۰۲۰؛ فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰). لذا فرضیه هفتم پژوهش حاضر مطرح می‌گردد:

**فرضیه ۷:** مزیت رقابتی پایدار بر عملکرد شرکت تأثیر دارد.

### **نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار**

امروزه توسعه سریع فناوری‌های جدید و ارتباطات دیجیتال منجر به افزایش اهمیت مدیریت دانش به عنوان منبعی حیاتی برای کسب مزیت رقابتی توسط سازمان‌ها شده است که با پیاده‌سازی آن سازمان‌ها قادر به خلق و توسعه مزیت رقابتی پایدار خواهند بود (حاجی محمدی و وفایی، ۲۰۱۹). محققین بر این باورند دانش عامل اصلی موفقیت بنگاه‌ها در دستیابی به مزیت رقابتی در محیط‌های اقتصادی پویا و نیز بهبود عملکرد سازمانی است (فلچر-براون و همکاران، ۲۰۲۰). افزون بر این، شرکت‌ها برای حفظ مزیت رقابتی پایدار و ایجاد ارزش جدید در فضای رقابتی امروز، به نوآوری مدیریت نیاز دارند (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰). نوآوری مدیریت، ابزاری راهبردی جهت دستیابی به کسب مزیت رقابتی و نیز بهبود عملکرد سازمان‌ها است و به عنوان نوعی دارایی استراتژیک شرکت‌ها را قادر می‌سازد با دستیابی به مزیت رقابتی پایدار به عملکرد برتر برسند (گروسی مختارزاده و زمانی، ۱۴۹۴). گروهی دیگر از محققین نیز عنوان می‌کنند قابلیت‌های پویا برای رقابت و موفقیت بنگاه‌ها بسیار حیاتی است (هرناندز-لینارز و همکاران، ۲۰۱۸). قابلیت‌های پویا عنصری اساسی برای رشد، بقا و رقابت شرکت‌ها است و شرکت‌های دارای این ویژگی، قادر به حفظ رقابت خود در شرایط مختلف محیطی

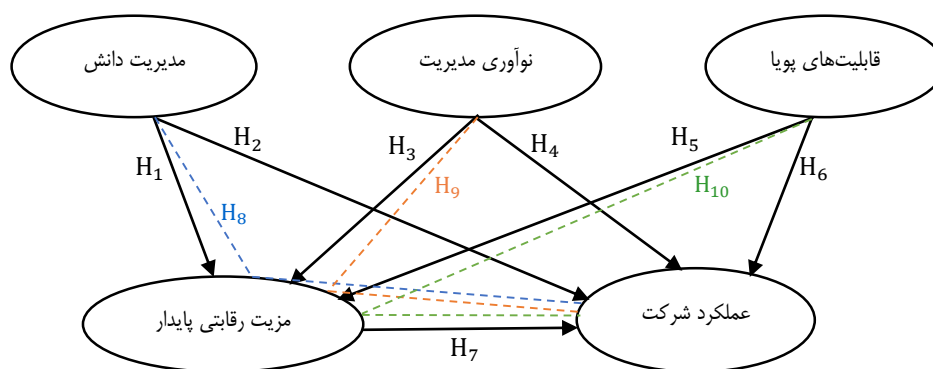
هستند که می‌تواند منجر به عملکرد بهتر در بلندمدت شود (کیت و همکاران، ۲۰۱۸). به عبارتی، قابلیت‌های پویا با توسعه قابلیت‌های خاص به بهبود توانایی رقابتی و عملکرد شرکت کمک می‌کند (فریرا و کوئلهو، ۲۰۲۰). از این رو، فرضیه‌های هشتم تا دهم پژوهش حاضر مطرح می‌گردد:

**فرضیه ۸:** مزیت رقابتی پایدار رابطه بین مدیریت دانش و عملکرد شرکت را میانجی می‌کند.

**فرضیه ۹:** مزیت رقابتی پایدار رابطه بین نوآوری مدیریت و عملکرد شرکت را میانجی می‌کند.

**فرضیه ۱۰:** مزیت رقابتی پایدار رابطه بین قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت را میانجی می‌کند.

با توجه به مطالب فوق، مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر است:



شکل ۱. مدل پژوهش

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر پارادایمی اثبات‌گرا و رویکردی کمی دارد و از نظر هدف، تحقیقی کاربردی از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، شرکت‌های صادراتی استان تهران انتخاب شد. با توجه مشکلات قواعد سرانگشتی (هیر و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴)، حجم نمونه با روش مبتنی بر آزمون و نرم‌افزار جی-پاور نسخه ۳،۱ تعیین شد (فائول و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۹) که با در نظر گرفتن سطح خطای ۵٪، اندازه اثر ۰/۰۵ و نیز حداقل توان آزمون ۸۰٪ و ۴ متغیر پیش‌بین، تعداد ۲۴۴ مشاهده محاسبه گردید. پرسشنامه‌ها با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده به صورت آنلاین توزیع و مجموعاً ۱۹۸ پرسشنامه به دست محققین رسید. نرخ بازگشت پرسشنامه آنلاین باید حداقل ۶۵٪ باشد تا روند پیمایش از اعتبار لازم برخوردار شود (آکر<sup>۳</sup>، ۱۳۹۵) که در این پژوهش ۸۱٪ است. ابزار اندازه‌گیری شامل پرسشنامه‌های انعکاسی استاندارد مدیریت دانش (کوهانگ و همکاران، ۲۰۱۷)، نوآوری مدیریت (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۹)، قابلیت‌های پویا (آلوز و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۷)، مزیت رقابتی پایدار (حسیب و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹) و عملکرد شرکت (ونکاترومن و رامانوجام، ۱۹۸۶) بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش آمار

<sup>1</sup>. Hair et al

<sup>2</sup>. Faul et al

<sup>3</sup>. Aaker

<sup>4</sup>. Alves et al

<sup>5</sup>. Haseeb et al

توصیفی با نرم‌افزار اس پی اس اس نسخه ۲۶ و در بخش آمار استنباطی به منظور جلوگیری از محدودیت‌های ناشی از حداقل حجم نمونه (چین<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰)، از رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار اسمارت پی.ال.اس نسخه ۳ استفاده شد. قبل از تحلیل عاملی تأییدی نیز آزمون KMO و بارتلت برقرار شد. مقدار KMO برابر با ۰/۹۵۳ شد و کرویت روابط مورد تأیید گشت. مبتنی بر نظر هیر و همکاران (۲۰۱۱) ابتدا مقادیر بار عاملی بررسی و برای تمامی سوالات بالاتر از ۰/۷ شد. سپس محققین با اجرای مدل پژوهش، ابتدا با بررسی پایایی و روایی و کیفیت مدل بیرونی به ارزیابی مدل اندازه‌گیری و سپس به ارزیابی مدل ساختاری و کیفیت مدل کلی و تحلیل میانجی‌گرها پرداختند.

در بخش آزمون‌های پژوهش، مدیریت دانش با نماد (KM)، نوآوری مدیریت با نماد (MI)، قابلیت‌های پویا با نماد (DC)، مزیت رقابتی پایدار با نماد (SCA) و عملکرد شرکت با نماد (FP) مشخص شده است.

### یافته‌های پژوهش

در بخش آمار توصیفی، ۱۷۹ نفر (۹۰/۴٪) از پاسخ‌دهندگان آقا و ۱۹ نفر (۹/۶٪) خانم بودند. از این تعداد ۸۳ نفر (۴۱/۹٪) تحصیلات مدیریتی و ۱۱۵ نفر (۵۸/۱٪) تحصیلات غیر مدیریتی داشتند. ۷۵ نفر (۳۷/۸٪) آنها از مدیران عامل، ۵۶ نفر (۲۸/۲٪) را مدیران میانی، ۴۷ نفر (۲۳/۸٪) را سرپرستان و ۲۰ نفر (۱۰/۲٪) را سایر پست‌ها تشکیل داده‌اند. در ادامه، مطابق با جدول (۲) با برقراری و تأیید آزمون‌های مربوط به پایایی آلفای کرونباخ (CA)، پایایی ترکیبی (CR) و همبستگی اسپیرمن (rho\_A) و نیز آزمون‌های میانگین واریانس استخراجی (AVE) و فورنل لارکر مربوط به روایی همگرا و واگرا، پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری تأیید شد.

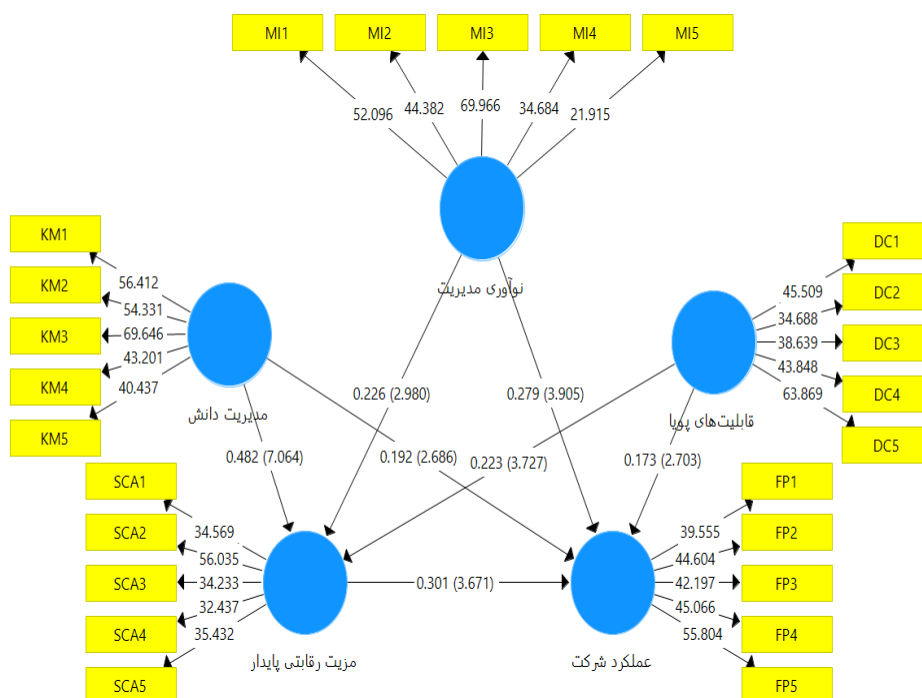
جدول ۲. آزمون‌های پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری

متغیرها	CA	CR	rho_A	AVE	معیار فورنل-لارکر				
					FP	SCA	DC	MI	KM
KM	۰/۹۳۳	۰/۹۵۰	۰/۹۳۶	۰/۷۹۰					
MI	۰/۹۱۴	۰/۹۳۵	۰/۹۲۰	۰/۷۴۴	۰/۸۶۳				
DC	۰/۹۱۳	۰/۹۳۵	۰/۹۱۵	۰/۷۴۱	۰/۷۶۸	۰/۸۶۱			
SCA	۰/۹۰۱	۰/۹۳۷	۰/۹۰۷	۰/۷۱۶	۰/۷۸۸	۰/۷۱۷	۰/۸۴۶		
FP	۰/۹۱۷	۰/۹۳۸	۰/۹۱۹	۰/۷۵۱	۰/۷۳۹	۰/۷۶۷	۰/۷۳۰	۰/۷۸۰	۰/۸۶۷

CR > ۰/۵، AVE > ۰/۵ (هیر و همکاران، ۲۰۱۱)، rho\_A < ۰/۷ (دایکسترا و هنسلر، ۲۰۱۵). منبع: یافته‌های پژوهش

فرضیه‌ها در دو حالت PLS Algorithm و Bootstrapping آزمون شدند. بر اساس نتایج جدول (۳)، هفت فرضیه اول پژوهش، همگی در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار شدند.

<sup>1</sup>. Chin



شکل ۳. خروجی مدل پژوهش (اثرات کل)

جدول ۳. آزمون‌های معناداری فرضیات و شدت و جهت آنها (مسیر مستقیم)

فرضیه	مسیر ارتباط	ضریب مسیر	P.value	T.value	نتیجه
H1	SCA <--- KM	۰/۴۸۲	۰/۰۰۰	۷/۰۶۴	معنادار است
H2	FP <--- KM	۰/۱۹۲	۰/۰۰۸	۲/۶۸۶	معنادار است
H3	SCA <--- MI	۰/۲۲۶	۰/۰۰۳	۲/۹۸۰	معنادار است
H4	FP <--- MI	۰/۲۷۹	۰/۰۰۰	۳/۹۰۵	معنادار است
H5	SCA <--- DC	۰/۲۲۳	۰/۰۰۰	۳/۷۲۷	معنادار است
H6	FP <--- DC	۰/۱۷۳	۰/۰۰۷	۲/۷۰۳	معنادار است
H7	FP <--- SCA	۰/۳۰۱	۰/۰۰۰	۳/۶۷۱	معنادار است

منبع: یافته‌های پژوهش

بر اساس نتایج جدول (۴)، با مقایسه مقادیر ضریب تعیین ( $R^2$ ) با سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ پیش‌بینی رفتار هر دو متغیر مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت در سطحی فوق‌العاده قوی قرار گرفت. کیفیت مدل درونی نیز با شاخصی به نام روایی متقاطع شاخص افزونگی (CV RED) ارزیابی و با سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ مقایسه شد که برای مزیت رقابتی پایدار بسیار قوی و برای متغیر عملکرد شرکت فوق‌العاده قوی بود.

نهایت برای ارزیابی کیفیت مدل کلی پژوهش از دو آزمون برازش کیفیت مدل شامل آزمون‌های ریشه مربعات باقی‌مانده استاندارد شده (SRMR) با مقدار مناسب کمتر از ۰/۰۸ و نکوئی برازش (GOF) برای مدل کلی که با سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ یعنی ضعیف، متوسط و قوی استفاده شد. آزمون SRMR تأیید شد و با توجه به مقدار GOF، دقت و نتایج مدل کلی پژوهش در سطحی فوق‌العاده قوی قرار گرفت.

جدول ۴. آزمون واریانس تبیین شده، کیفیت مدل درونی و برازش کیفی SRMR و GOF

متغیر درون‌زا	R <sup>2</sup>	CV RED	SRMR	GOF
SCA	۰/۷۰۶	۰/۴۶۸	Estimated Model= ۰/۰۶۱	$\sqrt{\text{Communality} \times R^2}$ $\sqrt{0.748 \times 0.711} = 0.729$
FP	۰/۷۱۶	۰/۴۹۹	Saturated Model= ۰/۰۶۱	

منبع: یافته‌های پژوهش

بر اساس نظر هیر و همکاران (۲۰۱۳) برای تحلیل میانجی مبتنی بر تکنیک سوبل، مدل پژوهش در دو حالت تخمین و معناداری در حضور و بدون حضور متغیر میانجی اجرا و با توجه به مقدار T-value معناداری مسیر غیر مستقیم (a×b) و مسیر مستقیم (c) در سطح اطمینان ۹۹٪ تأیید شد. با محاسبه مقدار شمول واریانس (VAF) مطابق با جدول (۷) و بازه ۰/۲ < VAF < ۰/۸؛ میانجی‌گر جزئی و ۰/۸ < VAF؛ میانجی‌گر کامل) مشخص شد میانجی‌گری مزیت رقابتی پایدار در رابطه بین مدیریت دانش و قابلیت‌های پویا با عملکرد شرکت جزئی و بخشی از اثر موجود را از خود عبور می‌دهد. همچنین اثر میانجی‌گری مزیت رقابتی پایدار در رابطه بین نوآوری مدیریت و عملکرد شرکت تأیید نشد (جدول ۵). بنابراین فرضیه‌های هشتم و دهم تأیید و فرضیه نهم رد شد.

جدول ۵. آزمون تحلیل میانجی

مسیر میانجی	مقادیر	VAF	نتیجه
	a=۰/۴۸۲ b=۰/۳۰۱ c=۰/۳۳۶	$VAF = \frac{(a \times b)}{(a \times b) + c}$ $VAF = ۰/۳۰۱$ $۰/۲ \leq VAF \leq ۰/۸$	میانجی‌گری جزئی است
	a=۰/۲۲۶ b=۰/۳۰۱ c=۰/۳۴۴	$VAF = ۰/۱۶۵$ $VAF \leq ۰/۲$	میانجی‌گر نیست
	a=۰/۲۲۳ b=۰/۳۰۱ c=۰/۲۴۳	$VAF = ۰/۲۱۶$ $۰/۲ \leq VAF \leq ۰/۸$	میانجی‌گری جزئی است

منبع: یافته‌های پژوهش

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش، بررسی تاثیر مدیریت دانش، نوآوری مدیریت و قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌های صادراتی با تبیین نقش میانجی مزیت رقابتی پایدار بود. با توجه به اینکه مطالعات موجود نیز عمدتاً بر روی عوامل سنتی افزایش عملکرد سازمان متمرکز بود و در رابطه با نوآوری مدیریت و چگونگی کمک آن به سازمان برای عملکرد بالا شکاف وجود داشت، این مطالعه برای اولین بار تأثیر نوآوری مدیریت در خلق مزیت رقابتی پایدار و عملکرد بالا را بررسی نمود. لذا مطالعه حاضر به عنوان گامی هر چند کوچک با پوشش شکاف‌های تحقیقاتی ذکر شده به توسعه ادبیات مدیریت کمک می‌نماید. به طور خاص، نتایج پژوهش نشان داد عملکرد شرکت‌ها تحت تاثیر مدیریت دانش، نوآوری مدیریت و قابلیت‌های پویای آنها است. بر این اساس، در محیطی که شرکت‌ها در معرض رقابت پویا هستند، صرف عملکرد بالاتر از حد متوسط برای موفقیت‌های طولانی‌مدت و بقا کافی نیست. از این رو، دستیابی به یک مزیت رقابتی پایدار در محیط پویا و رقابتی کسب و کار از طریق غنی‌سازی و کشف و به کارگیری شیوه‌های جدید مدیریتی، فرآیندها و ساختارها و نیز توانایی‌های منحصر به فرد مدیران شرکت‌ها جهت برتری رقابتی در بلندمدت حیاتی است. با بررسی فرضیه اول پژوهش مشخص شد که مدیریت دانش با شدت اثر ۰/۴۸۲ و آماره  $t$  با مقدار ۶/۹۸۲ بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارد که با مطالعات ربیعی مندجین و همکاران (۱۳۹۶)، عبدلی مسینان و همکاران (۱۳۹۹)، حاجی محمد و وفايي (۲۰۱۹) و پرادپیتو و همکاران (۲۰۱۹) همسو است. همچنین فرضیه دوم پژوهش نشان داد عملکرد شرکت با شدت اثر ۰/۱۹۲ و آماره  $t$  با مقدار ۲/۶۶۷ تحت تأثیر مثبت و معنادار مدیریت دانش می‌باشد که با مطالعات کوهانگ و همکاران (۲۰۱۷)، رجی فرجاد و مطیعان نجار (۱۳۹۷)، هزنیاتی و همکاران (۲۰۱۹)، احمد و الشبیل (۲۰۱۹) و سیرگار و همکاران (۲۰۲۰) همسو است. مدیریت دانش می‌تواند از طریق جذب، تحول و استفاده از دانش در سازمان، رشد شرکت را حفظ و تسریع کند. رفتارهای اشتراک دانش یادگیری سازمانی را ارتقا می‌بخشد که به شرکت کمک می‌کند تا با بهبود توانایی مدیریت دانش، تخصیص کارآمد منابع و تأمین سریع‌تر نیازهای مشتری، به توسعه پایدار دست یابد. نتایج بررسی فرضیه سوم حاکی از آن است که نوآوری مدیریت با شدت اثر ۰/۲۲۶ و آماره  $t$  با مقدار ۲/۸۵۱ مزیت رقابتی پایدار را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این فرضیه بر اساس پیشنهاد کیت و همکاران (۲۰۱۸) بری اولین بار در این مطالعه آزمایش شد. نتایج نشان داد نوآوری مدیریت می‌تواند عامل تعیین کننده‌ای در خلق و حفظ مزیت رقابتی شرکت‌ها باشد. طبق فرضیه چهارم، عملکرد شرکت با شدت اثر ۰/۲۷۹ و آماره  $t$  با مقدار ۴/۱۷۲ تحت تأثیر مثبت و معنادار نوآوری مدیریت می‌باشد که با مطالعات والکر و همکاران (۲۰۱۵)، گروسی مختارزاده و زمانی (۱۳۹۴)، ژانگ و همکاران (۲۰۱۹) همراستا است. نوآوری مدیریتی به عنوان مفهومی مهم و ضروری برای حفظ مزیت رقابتی و افزایش عملکرد شرکت‌ها تلقی می‌شود که روش‌های جدیدی برای تدوین استراتژی، وظایف ساختاریافته، تغییر فرآیندهای اداری و ایجاد سازگاری و تغییر در شرکت است که به دلیل دشواری تقلید نوآوری در مدیریت، مزیت رقابتی را به دنبال خواهد داشت. افزون بر این، نتایج نشان داد قابلیت‌های پویا با شدت اثر ۰/۲۲۳ و آماره  $t$  با مقدار ۳/۴۸۴ بر مزیت رقابتی پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارد که با مطالعات اکبری و اسماعیل زاده (۱۳۹۲)، کوریا و همکاران

(۲۰۲۰)، فریرا و کوئلهو (۲۰۲۰)، کونتجرو و گوناوان (۲۰۲۰) و رونو و همکاران (۲۰۲۰)، همراستا است. همچنین قابلیت‌های پویا با شدت اثر ۰/۱۷۳ و آماره t با مقدار ۳/۱۲۴ تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد شرکت را دارا می‌باشد که با مطالعات اسماعیل زاده و خاشعی (۱۳۹۴)، سید کلالی و همکاران (۱۳۹۵)، هراندز-لینارز و همکاران (۲۰۱۸)، کوریا و همکاران (۲۰۲۰) و فریرا و کوئلهو (۲۰۲۰) همراستا است. شرکت‌ها باید بطور مداوم منابع و توانایی‌های خود را برای رفع تغییرات محیطی سازگار، پیکربندی و تجدیدکنند. قابلیت پویا به شرکت این امکان را می‌دهد که با تغییر قابلیت‌های عملیاتی به تغییرات محیطی پاسخ دهد و مزیت رقابتی کوتاه‌مدت خود را به مزیت رقابتی پایدار تبدیل کنند. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد که عملکرد شرکت با شدت اثر ۰/۳۰۱ و آماره t با مقدار ۴/۱۱ تأثیر مثبت و معناداری را از مزیت رقابتی پایدار می‌پذیرد که با مطالعات نا و همکاران (۲۰۱۹)، کوریا و همکاران (۲۰۲۰)، کیم و همکاران (۲۰۲۰) و فریرا و کوئلهو (۲۰۲۰) همراستا است. در این خصوص نیز باید گفت شرکت‌ها اگر از مزیت رقابتی پایدار برخوردار باشند می‌توانند ترکیبی از ویژگی‌هایی را بدست آورند یا توسعه دهند که به آنها امکان می‌دهد از رقبا بهتر عمل کنند. شرکت‌ها با دارا بودن مزیت رقابتی پایدار، توانایی بیشتری در تحمل رقابت فعلی یا بالقوه در دنیای تجارت را خواهند داشت و دستیابی به مزیت رقابتی با سطح مشخصی از عملکرد سازمانی شرط اصلی موفقیت بلندمدت شرکت‌ها است. نهایتاً، نتایج به دست آمده از تحلیل مسیر و آزمون میانجی‌گری در فرضیات هشتم، نهم و دهم نشان داد که اثر میانجی‌گری متغیر مزیت رقابتی پایدار برای رابطه مدیریت دانش و قابلیت‌های پویا با عملکرد شرکت جزئی است و بخشی از اثر موجود را از خود عبور می‌دهد. این درحالی است که اثر معناداری از میانجی‌گری مزیت رقابتی پایدار در رابطه بین نوآوری مدیریت و عملکرد شرکت وجود نداشت و فرضیه نهم پژوهش تأیید نشد.

نتایج به دست آمده از این مطالعه دارای پیامدهای مهم مدیریتی است؛ مزیت رقابتی پایدار برای بنگاه‌های اقتصادی برای بقا و موفقیت در یک فضای پیچیده و آشفته تجاری ضروری است. از منظر رویکرد مبتنی بر منابع، شرکت‌ها باید از منابع و توانایی‌های خود برای بهره‌برداری از فرصت‌ها و خنثی‌سازی تهدیدات برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار استفاده کنند. همچنین شرکت‌ها از طریق فرایندهای مدیریت دانش می‌توانند عملکرد خود را بهبود بخشند. مدیریت دانش باعث جذب و استفاده از دانش، اطلاعات و تجربه در سازمان‌ها می‌شود، دانش در صورت مدیریت صحیح، منبع حیاتی برای بقای شرکت‌ها است. از این رو، شرکت‌هایی که می‌توانند دانش را به دست آورند و آن را در مشاغل خود مستقر کنند، می‌توانند نسبت به رقبای خود سرآمد باشند. مدیریت دانش یک عامل اصلی برای یادگیری بیشتر اعضای سازمان است. مدیریت دانش نقش اساسی در نوآوری در سطح بالا را بازی می‌کند و بنابراین عملکرد شرکت را تا حد زیادی ارتقا می‌دهد. بنابراین بسیار مهم است که شرکت‌ها با به کارگیری مدیریت دانش، فرآیند تصمیم‌گیری مناسب را به منظور مقابله با محیط همیشه در حال تغییر و دستیابی به موفقیت تجاری به کار گیرند و به فعالیت‌های مدیریت دانش توجه بیشتری داشته و از آنها به عنوان سلاحی استراتژیک استفاده نمایند. علاوه بر این، قابلیت‌های پویا به شرکت این امکان را می‌دهد تا منابع خود را تغییر دهد و به بهترین نحو خود را با تغییراتی که در محیط خارجی شکل می‌گیرد، منطبق سازد. ارزش تولید شده توسط منابع و توانایی‌های فعلی تمایل به منسوخ شدن دارد و مزایای رقابتی در

طولانی مدت پایدار نیست. شرکت‌ها باید قابلیت‌های پویایی را توسعه دهند که به اعتقاد آن‌ها یک عنصر اساسی برای رشد، بقا و رقابت آنها است.

اصلی‌ترین محدودیت آیین پژوهش بروز پاندمی کووید ۱۹ بود که بر فضای حاکم بر این پژوهش سایه‌افکنده بود. همچنین در رابطه با ارتباطات بین متغیرهای این پژوهش بخصوص متغیر نوآوری مدیریت، محققین دچار کمبود ادبیات بودند. علاوه بر این، از آنجا که تأثیر نوآوری مدیریت بر روی مزیت رقابتی پایدار برای اولین بار بود که به صورت تجربی سنجیده می‌شد، لذا تحقیقات اضافی باید صورت بگیرد و تعمیم‌پذیری نتایج باید با احتیاط صورت بپذیرد. به محققین آتی پیشنهاد می‌گردد سایر متغیرهای دخیل در مزیت رقابتی پایدار و عملکرد شرکت مانند سن و اندازه شرکت، نقش عوامل سازمانی مانند فرهنگ، ساختار و اینرسی سازمانی، نقش رهبری، تکنولوژی مورد ارزیابی قرار گیرد. همچنین این مدل در جوامع آماری مختلف بکار گرفته شود.

## منابع

- اسماعیل‌زاده، مرضیه و خاشعی، وحید (۱۳۹۴). تأثیر منابع سازمانی و قابلیت‌های پویا بر عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان. **مجله مطالعات مدیریت راهبردی**، شماره ۲۳، صص ۲۸۶-۲۶۹.
- اکبری، محسن و اسماعیل‌زاده، محمد (۱۳۹۲). نقش قابلیت‌های پویا در خلق مزیت رقابتی. **فصلنامه علمی-پژوهشی چشم‌انداز مدیریت بازرگانی**، شماره ۱۵، صص ۱۴۴-۱۲۷.
- آکر، دیوید (۱۳۹۵). **تحقیقات بازاریابی**، ترجمه کامبیز حیدرزاده، بنفشه گل‌پور و مونا صادقیان، چاپ اول، تهران، انتشارات مهربان نشر.
- ربیعی مندیجین، محمدرضا و رضوانی میمی، معین (۱۳۹۶). بررسی تأثیر مدیریت دانش بر مزیت رقابتی با تأکید بر نقش واسطه‌ای نوآوری فناوری در سازمان زیباسازی شهر تهران. **نشریه مدیریت شهری**، دوره ۱۶، ۳ (۴۸)، صص ۲۰۲-۱۸۷.
- رجبی فرجاد، حاجیه و مطیعیان نجار، مجید (۱۳۹۷). تأثیر مدیریت دانش بر عملکرد سازمانی با ملاحظه نقش میانجی اقدامات راهبردی مدیریت منابع انسانی. **پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی**، ۱۰ (۳)، صص ۲۱۴-۱۹۱.
- رحیم‌نیا، فریبرز، خوراکیان، علیرضا و قادری، فرشاد (۱۳۹۷). تأثیر استراتژی‌های نوآوری بر عملکرد کسب و کارهای صادراتی. **نشریه علمی-پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی**، ۱ (۳)، صص ۲۲-۱.
- رشنوادی، یعقوب، صادق‌وزیری، فراز و نصرت‌پناه، رسول (۱۴۰۰). ارتقای عملکرد شرکت از طریق قابلیت‌های مدیریت دانش، انعطاف‌پذیری استراتژیک و چابکی استراتژیک؛ نقش میانجی نوآوری مدل کسب و کار، **مدیریت نوآوری در سازمان‌های دفاعی**، ۴ (۱)، doi: 10.22034/QJIMDO.2021.262799.1390.
- سید کلالی، نادر، حیدری، علی، دیواندری، علی و اعرابی، سید محمد (۱۳۹۵). رابطه قابلیت‌های پویا و عملکرد شرکت با میانجیگری قابلیت‌های عملیاتی، **فصلنامه علمی-پژوهشی چشم‌انداز مدیریت بازرگانی**، شماره ۲۷، صص ۱۴۰-۱۲۵.



- طییبی ابوالحسنی، سیدامیرحسین، ابراهیمی، مهدی (۱۳۹۸). بازاندیشی مفهوم قابلیت‌های پویا. *نشریه علمی-پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*، ۲(۱)، صص ۱۴۸-۱۰۳.
- عبدلی مسینان، فائزه، رودساز، حبیب و سید نقوی، میرعلی (۱۳۹۹). تأثیر نوآوری باز بر مزیت رقابتی با نقش میانجیگری مدیریت دانش، *مجله مطالعات مدیریت صنعتی*، ۱۸(۵۹)، صص ۱۵۰-۱۱۷.
- گروسی مختارزاده، نیما و زمانی، محمود (۱۳۹۴). تبیین تأثیر بازارگرایی و نوآوری مدیریت بر عملکرد بنگاه با تأکید بر نقش میانجی نوآوری فناورانه، *فصلنامه مدیریت بازرگانی*، ۷(۲)، صص ۴۸۴-۴۶۳.
- مک‌گرایث، رینا (۱۳۹۴). *نهایت مزیت رقابتی (تغییر استراتژی یا به پای سرعت کسب و کار)*، ترجمه سیدحسین جلالی، چاپ اول، تهران، انتشارات آریانا قلم.

- Adnan, M., Ali, I., & Sohail, B. (2018). Influence of Knowledge Management Capabilities on Corporate Performance. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, vol 5, no. 3, 2018, pp. 1-9
- Ahmad, M. A., & Al-Shbiel, S. O. (2019). The effect of accounting information system on organizational performance in Jordanian industrial SMEs: The mediating role of knowledge management. *International Journal of Business and Social Science*, 10(3), 99-104.
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Self-Leadership Skills as Intangible Resources for Sustainable Competitive Advantage. *Advanced Engineering Science*, 46(1).
- Alves, A. C., Barbieux, D., Reichert, F. M., Tello-Gamarra, J., & Zawislak, P. A. (2017). Innovation and dynamic capabilities of the firm: Defining an assessment model. *Revista de Administração de Empresas*, 57(3), 232-244.
- Arokodare, M. A., Asikhia, O. U., & Makinde, G. O. (2019). Strategic agility and firm performance: The moderating role of organisational culture. *Business Management Dynamics*, 9(3), 01-12.
- Bashir, M., & Verma, R. (2017). Why business model innovation is the new competitive advantage. *IUP Journal of Business Strategy*, 14(1), 7.
- Best, B., Miller, K., McAdam, R., & Moffett, S. (2021). Mission or margin? Using dynamic capabilities to manage tensions in social purpose organisations' business model innovation. *Journal of Business Research*, 125, 643-657.
- Breznik, L., & Lahovnik, M. (2016). Dynamic capabilities and competitive advantage: Findings from case studies. *Management: journal of contemporary management issues*, 21(Special issue), 167-185.
- Chin, W. W. (2010). How to write up and report PLS analyses. In *Handbook of partial least squares* (pp. 655-690). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Correia, R. J., Dias, J. G., & Teixeira, M. S. (2020). Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance. *Journal of Strategy and Management*.

- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. *MIS quarterly*, 39(2).
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G\* Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior research methods*, 41(4), 1149-1160.
- Ferreira, J. A. B., Coelho, A. M., & Weersma, L. A. (2019). The mediating effect of strategic orientation, innovation capabilities and managerial capabilities among exploration and exploitation, competitive advantage and firm's performance. *Contaduría y administración*, 64(1), 3.
- Ferreira, J., & Coelho, A. (2020). Dynamic capabilities, innovation and branding capabilities and their impact on competitive advantage and SME's performance in Portugal: the moderating effects of entrepreneurial orientation. *International Journal of Innovation Science*.
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, 92, 102061.
- Fletcher-Brown, J., Carter, D., Pereira, V., & Chandwani, R. (2020). Mobile technology to give a resource-based knowledge management advantage to community health nurses in an emerging economies context. *Journal of Knowledge Management*.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2013). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *Sage publications*.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *European business review*.
- Hair, Ringle, M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Kot, S., Androniceanu, A., & Jermisittiparsert, K. (2019). Role of social and technological challenges in achieving a sustainable competitive advantage and sustainable business performance. *Sustainability*, 11(14), 3811.
- Heij, C. V., Volberda, H. W., Van den Bosch, F. A., & Hollen, R. M. (2020). How to leverage the impact of R&D on product innovation? The moderating effect of management innovation. *R&D Management*, 50(2), 277-294.
- Hernández-Linares, R., Kellermanns, F. W., & López-Fernández, M. C. (2018). Dynamic capabilities and SME performance: The moderating effect of market orientation. *Journal of Small Business Management*, 1-34.
- Hesniati, H., Margaretha, F., & Kristaung, R. (2019). Intellectual Capital, Knowledge Management, and Firm Performance in Indonesia. *European Journal of Business and Management Research*, 4(6).

- Honyenuga, B. Q., Tuninga, R. S., & Ghijsen, P. W. T. (2019). Management innovation and organisational performance: the mediating role of high performance organisation framework. *International Journal of Business and Globalisation*, 22(3), 295-315.
- Ibarra, D., Ganzarain, J., & Igartua, J. I. (2018). Business model innovation through Industry 4.0: A review. *Procedia Manufacturing*, 22, 4-10.
- Iqbal, A., Latif, F., Marimon, F., Sahibzada, U. F., & Hussain, S. (2019). From knowledge management to organizational performance. *Journal of Enterprise Information Management*.
- Keat, L. I., Sam, T. L., & Kadir, K. A. (2018). Effect of Knowledge Management, Management Innovation and Dynamic Capabilities in Sustaining Competitive Advantage in Dynamic Business Environments. *International Journal of Accounting*, 3(15), 01-12.
- Kim, J. H., Seok, B. I., Choi, H. J., Jung, S. H., & Yu, J. P. (2020). Sustainable Management Activities: A Study on the Relations between Technology Commercialization Capabilities, Sustainable Competitive Advantage, and Business Performance. *Sustainability*, 12(19), 7913.
- Koohang, A., Paliszkievicz, J., & Goluchowski, J. (2017). The impact of leadership on trust, knowledge management, and organizational performance. *Industrial Management & Data Systems*.
- Krishnan, H. A. (2021). Mindfulness as a Strategy for Sustainable Competitive Advantage. *Business Horizons*.
- Na, Y. K., Kang, S., & Jeong, H. Y. (2019). The effect of market orientation on performance of sharing economy business: Focusing on marketing innovation and sustainable competitive advantage. *Sustainability*, 11(3), 729.
- Pang, C., Wang, Q., Li, Y., & Duan, G. (2019). Integrative capability, business model innovation and performance. *European Journal of Innovation Management*.
- Pradipto, Y. D., Barlian, E., Suprpto, A. T., Buana, Y., Bawono, A., Garnaditya, D., & Pangaribuan, C. H. (2019). *The role of blockchain technology as a mediator between knowledge management and sustainable competitive advantage*.
- Rono, L. C., Korir, M. K., & Komen, J. (2020). Mediating effect of transformational leadership style on the relationship between dynamic capabilities and competitive advantage of manufacturing firms in Kenya. *Nairobi Journal of Humanities and Social Sciences*, 4(4), 70-90.
- Siregar, Z. M. E., Ahman, E., & Senen, S. H. (2020). Knowledge Management, Innovation, and Firm Performance: The Case of Batik Industry in Indonesia. *Quality-Access to Success*, 21(179).
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of management review*, 11(4), 801-814.

- Walker, R. M., Chen, J., & Aravind, D. (2015). Management innovation and firm performance: An integration of research findings. *European Management Journal*, 33(5), 407-422.
- Yang, D., Li, L., Jiang, X., & Zhao, J. (2020). The fit between market learning and organizational capabilities for management innovation. *Industrial Marketing Management*, 86, 223-232.
- Yu, H., Shang, Y., Wang, N., & Ma, Z. (2019). The Mediating Effect of Decision Quality on Knowledge Management and Firm Performance for Chinese Entrepreneurs: An Empirical Study. *Sustainability*, 11(13), 3660.
- Zhang, Y., Khan, U., Lee, S., & Salik, M. (2019). The influence of management innovation and technological innovation on organization performance. A mediating role of sustainability. *Sustainability*, 11(2), 495.
- Zhao, Z., Meng, F., He, Y., & Gu, Z. (2019). The influence of corporate social responsibility on competitive advantage with multiple mediations from social capital and dynamic capabilities. *Sustainability*, 11(1), 218.